

I lead migliori sono già nel tuo CRM

La crescita non dipende dall'acquistare più contatti, ma dal leggere meglio i segnali di quelli che possiedi già.

FB **Fernando Bacaicoa**
Co-CEO · Educaedu



01

IL PROBLEMA

 **Acquisiamo di più, ma continuiamo a chiamare alla cieca**

- I lead storici restano bloccati con il punteggio iniziale.
- Il team commerciale priorizza per data, non per intenzione reale.
- L'emailing massivo satura senza intercettare i segnali di riattivazione.

“Un lead dormiente non è perso: può semplicemente aspettare il momento giusto.”

02

LA REGOLA D'ORO

 **Il comportamento conta più dell'anzianità**

- Aprire un WhatsApp può valere più di essere un lead nuovo.
- Visitare borse di studio o finanziamenti segnala intenzione immediata.
- La prova sociale riduce il timore e accelera la decisione.

“Non chiamare il lead più recente. Chiama quello che ha appena alzato la mano.”

03

IL PROTOCOLLO

 **Le 3 leve che riattivano le iscrizioni**



Scoring dinamico
Aggiorna la priorità in tempo reale

- Assegna punti alle aperture
- Prioritizza i lead caldi
- Ordina l'agenda commerciale



Omnicanalità
Coordina ogni contatto con il calendario

- WhatsApp per riattivare
- SMS per creare urgenza
- Chiamata per chiudere



Prova sociale
Lascia che siano gli alunni a ridurre l'attrito

- Testimonianze rilevanti
- Video degli alunni
- Reputazione Online

“Segmentare, coinvolgere e prioritzzare: così un database dormiente diventa fatturato.”

04

COME ATTIVARLO

 **Trasforma i segnali in attività commerciali**

1

Segmenta il database per programma, intenzione e momento decisionale

2

Ricalcola il lead scoring dopo ogni interazione

3

Attiva alert automatici per i segnali ad alta intenzione

4

Sincronizza WhatsApp, SMS e chiamate con le scadenze del calendario

“L'automazione non sostituisce il consulente: gli indica chi chiamare e quando.”

05

L'IMPATTO

 **Da Database Dormiente a Iscrizioni**



+ Priorità

I consulenti chiamano prima chi ha appena mostrato interesse



+ Contattabilità

WhatsApp e SMS riaprono conversazioni che l'email ha perso



+ Conversione

I lead storici rientrano nel funnel nel loro vero momento decisionale



+ ROI

Monetizzi contatti già acquisiti senza aumentare il budget di raccolta

“Le istituzioni leader non comprano più lead, ascoltano meglio quelli che hanno già nel loro CRM.”
— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu